



Supply Chain Management

Tita Talitha, MT



Materi

- Introduction to Supply Chain management
- Strategi SCM dengan strategi Bisnis
- Logistics Network Configuration
- Strategi distribusi dan transportasi
- Inventory And Warehouse Management
- Mengelola distorsi dalam SCM
- Value of information in SCM
- SCM Collaboration
- Supply Chain Metrics: Ukuran kinerja SCM Studi kasus: kisah-kisah sukses dalam penerapan SCM



Introduction to Supply Chain Management

Sessi 1

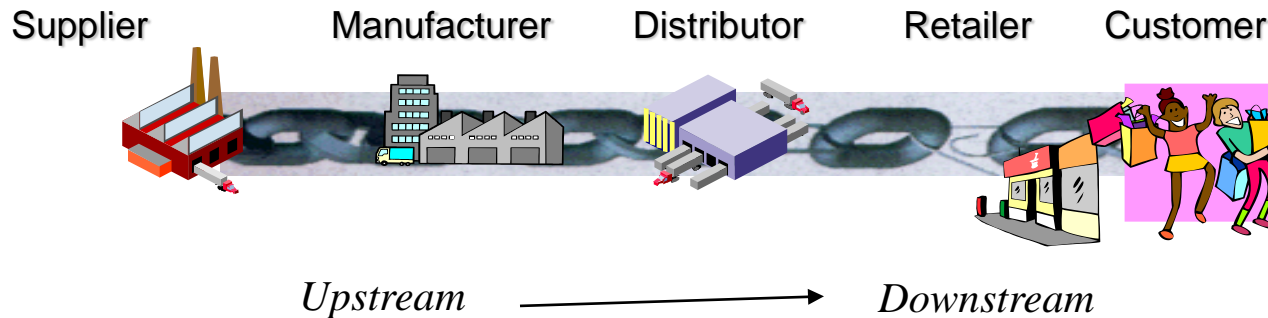


Pertanyaan dasar:



- Apa itu SCM?
- Siapa yang terlibat ?
- Apa tujuannya?
- Apa aktivitas yang dilakukan?
- Apa yang dimaksud integrasi?

Supply Chain terdiri dari



Goal: match demand with supply





Supply Chain

- Semua fasilitas, fungsi, kegiatan yang berhubungan dengan aliran dan transformasi dari barang atau jasa dari bahan baku sampai konsumen seperti halnya arus informasi
- Suatu kelompok yang terintegrasi dari proses-proses untuk “sumber,” “membuat,” dan “mengirim” produk

Apa itu SCM?



- Suppliers, manufacturers, warehouses, distribution centers and retail outlets – “facilities”

Dan

- Raw materials
- Work-in-process (WIP) inventory
- Finished products

Yang mengalir diantara fasilitas.

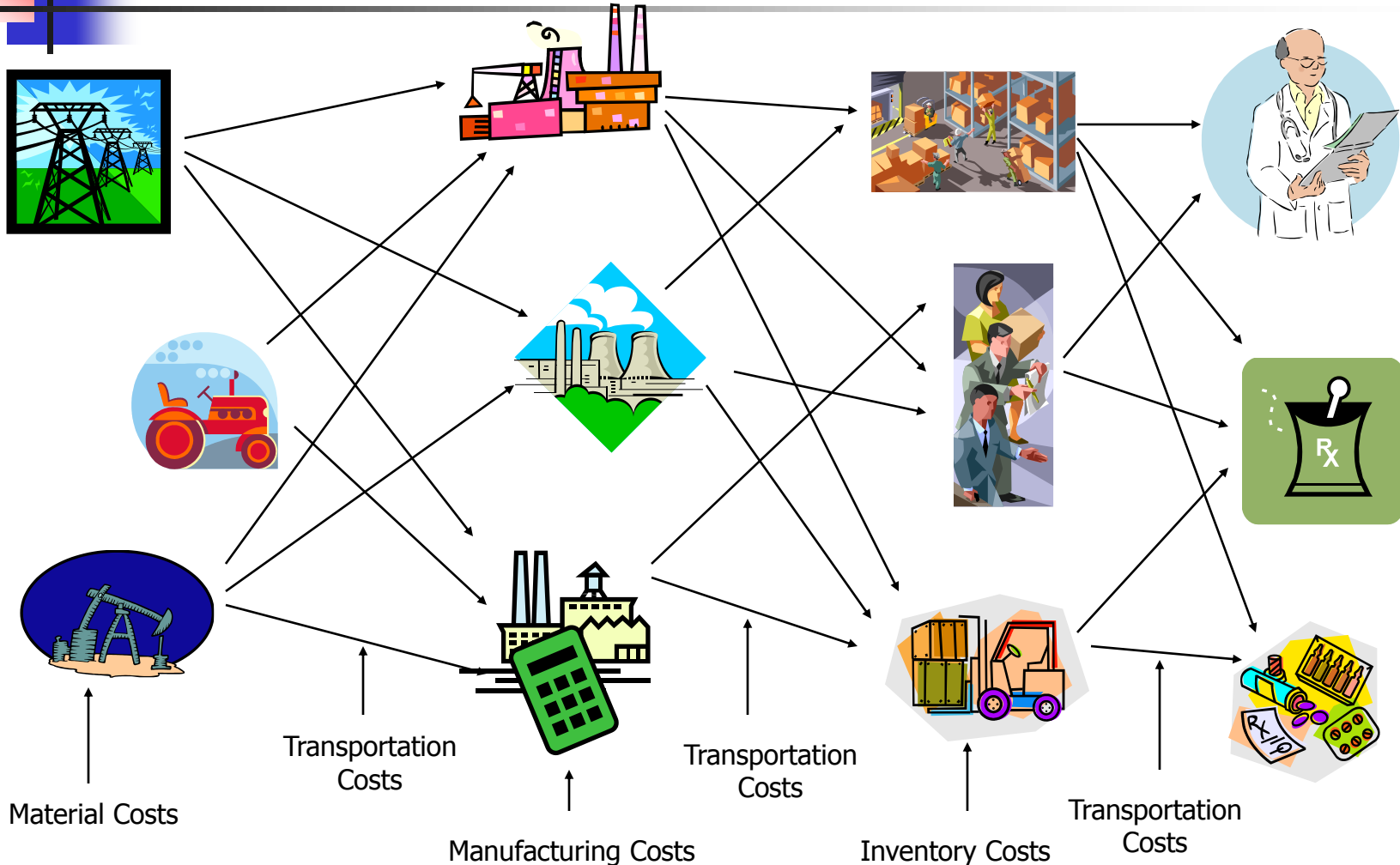
The Supply Chain

Suppliers

Manufacturers

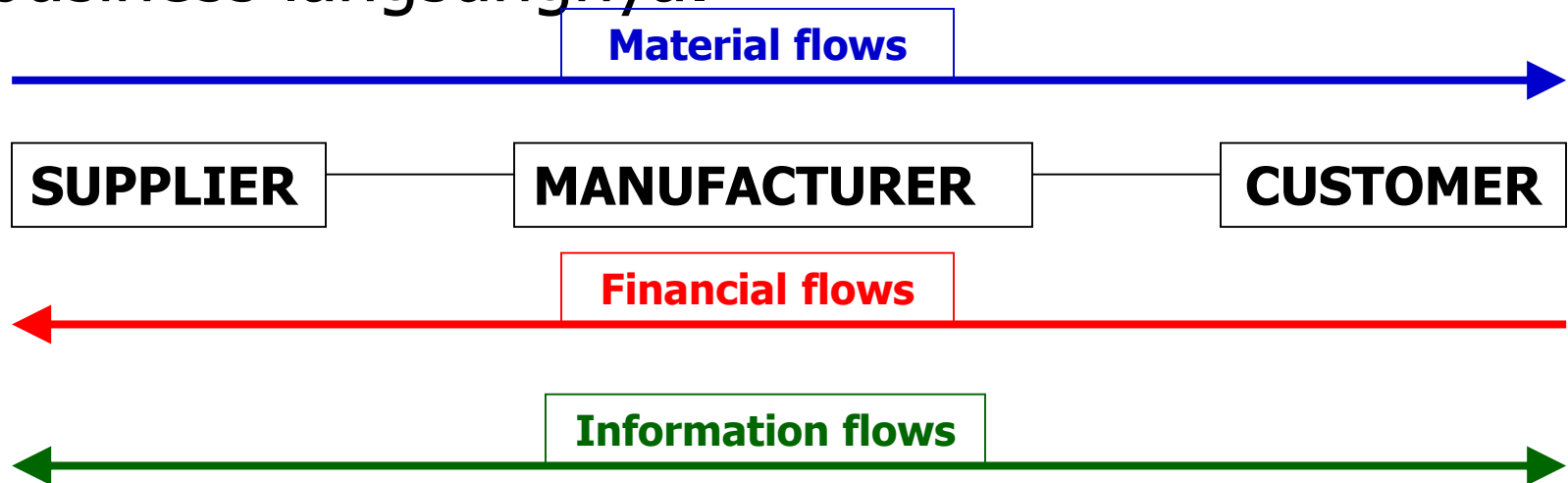
Warehouses &
Distribution Centers

Customers



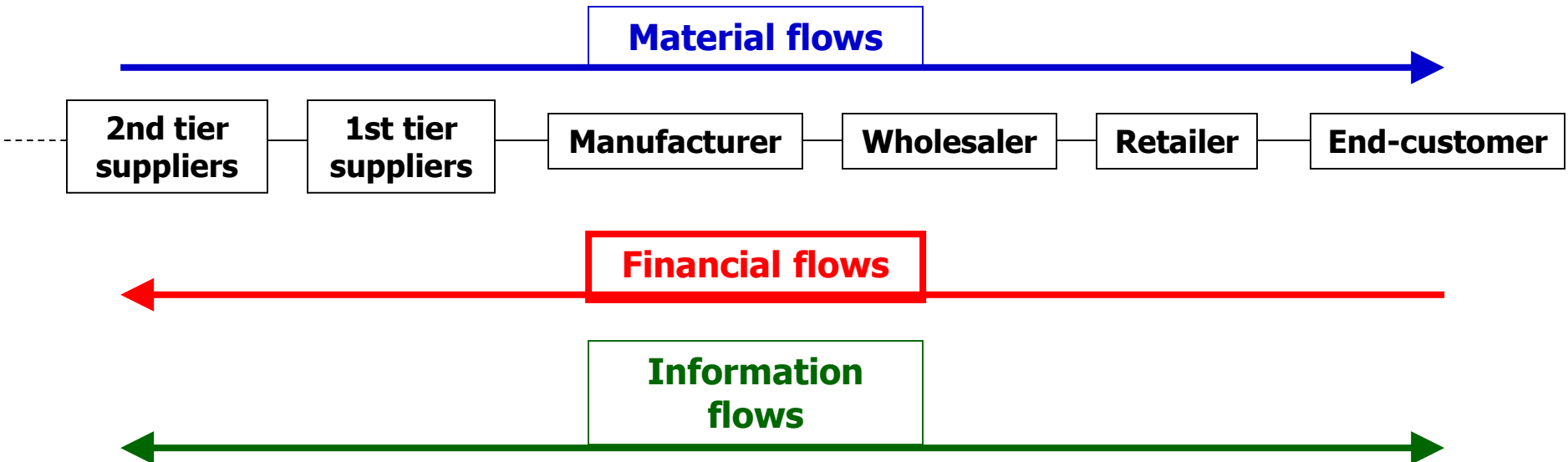
Apakah Suatu Internal Supply Chain?

“Internal” Supply Chain suatu perusahaan terbentuk dari aliran material, informasi and finansial antara perusahaan itu dengan partner business langsungnya.



Supply Chain Terintegrasi/ Diperluas

Supplier dari suppliers dan konsumen dari konsumen perlu untuk dipertimbangkan karena mereka umumnya mempunyai pengaruh dalam performansi Supply Chain secara keseluruhan



A Supply Chain

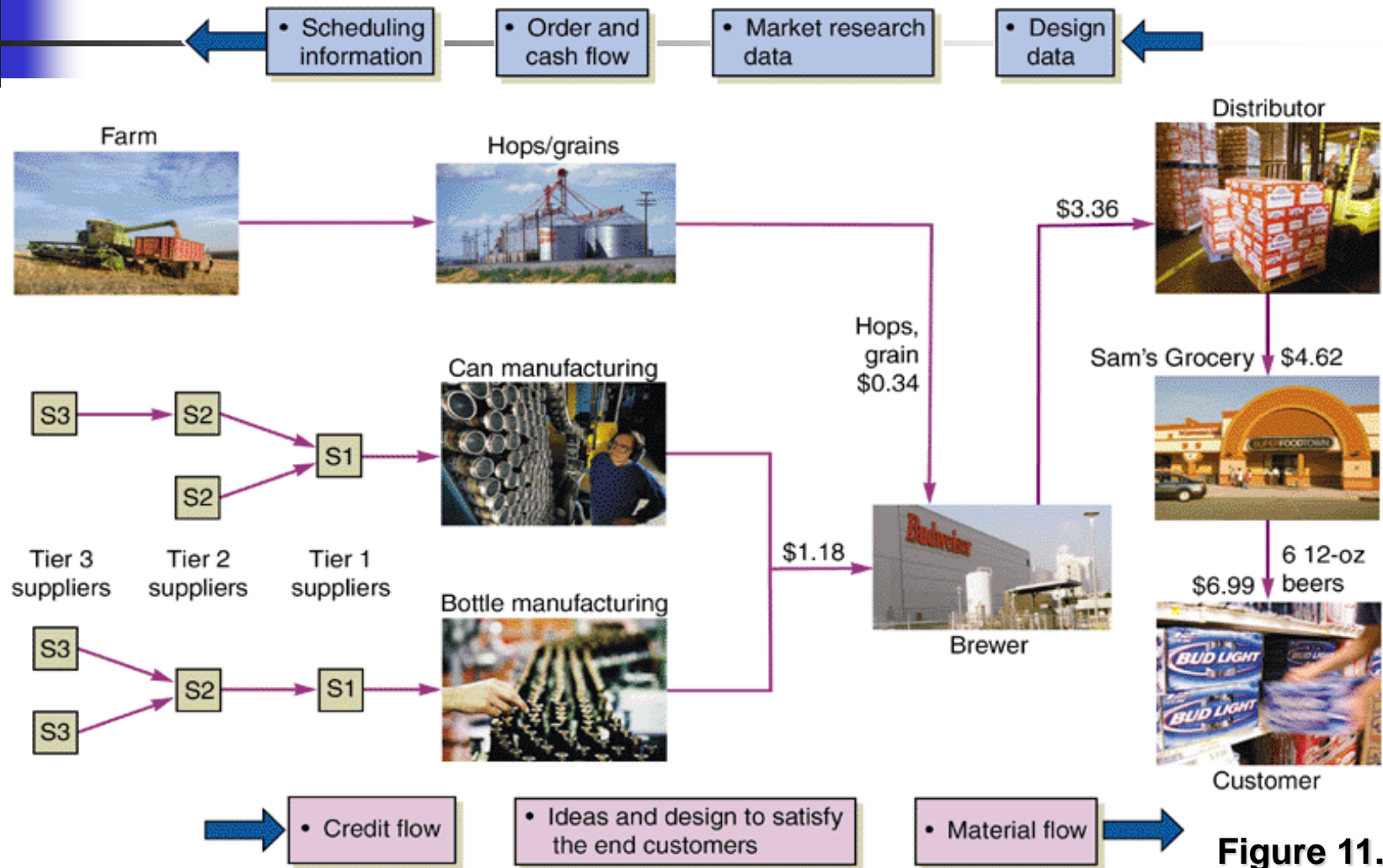


Figure 11.1

Sejarah Supply Chain Management



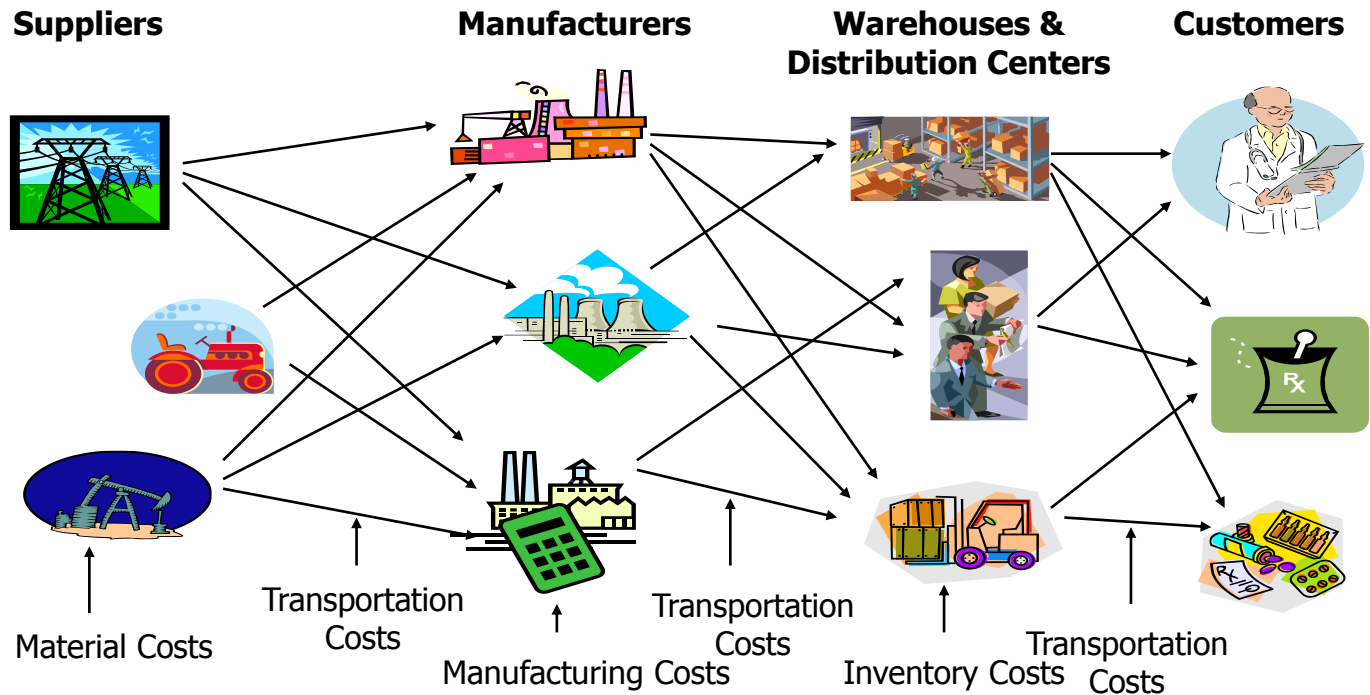
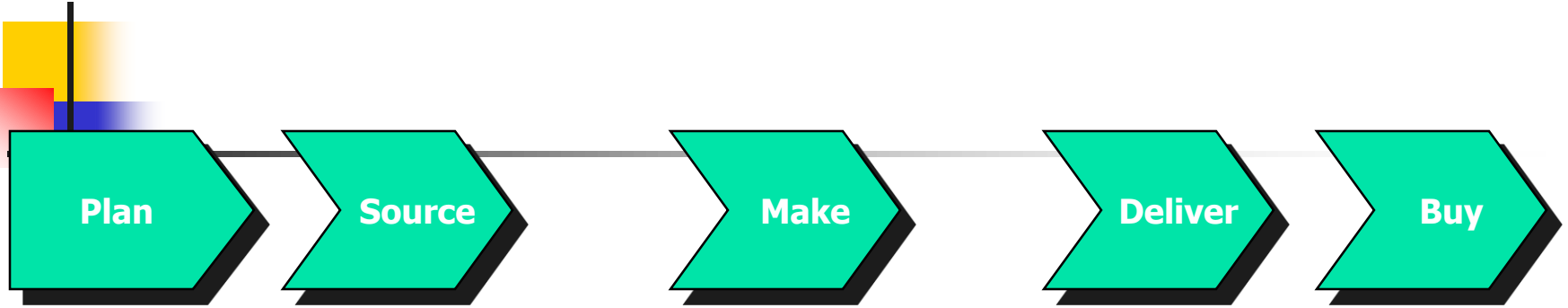
- 1960's - Inventory Management Focus, Cost Control
- 1970's - MRP & BOM - Operations Planning
- 1980's - MRPII, JIT - Materials Management, Logistics
- 1990's - SCM - ERP - "Integrated" Purchasing, Financials, Manufacturing, Order Entry
- 2000's - Optimized "Value Network" with Real-Time Decision Support; Synchronized & Collaborative Extended Network



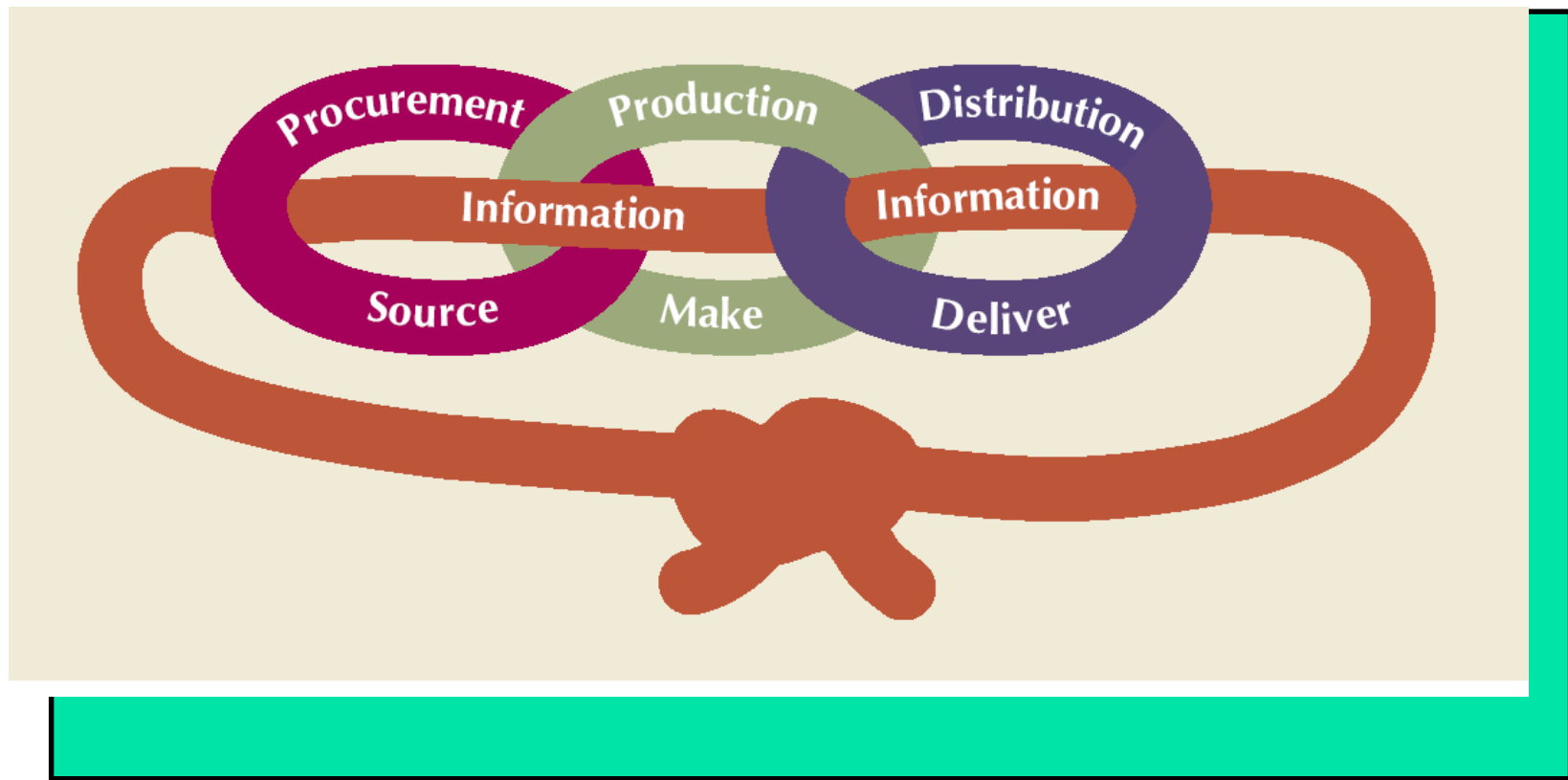
Apa tujuan dari SCM?

- SCM ditujukan untuk mencapai integrasi yang efisien dari suppliers, factories, warehouses and stores sehingga produk dibuat dan didistribusikan :
 - In the right quantities
 - To the right locations
 - At the right time
- Dengan tujuan untuk
 - Minimize **total system** cost
 - Memuaskan customer service requirements

Apa aktivitas dalam SCM?

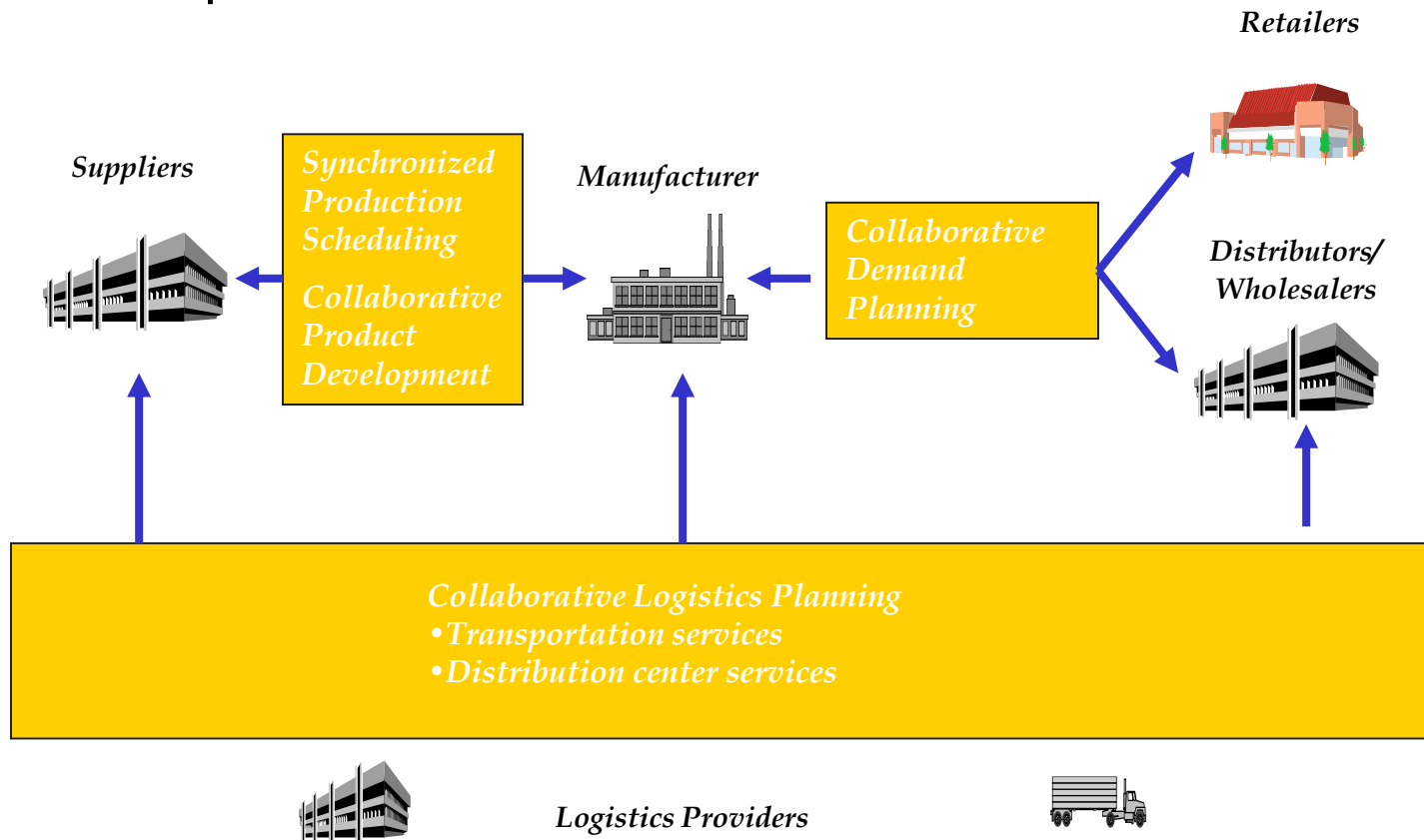


Supply Chain Processes



Apa yang dimaksud Supply Chain Collaboration?

- Kunci sukses SCM
- Merupakan fokus dari scm dewasa ini





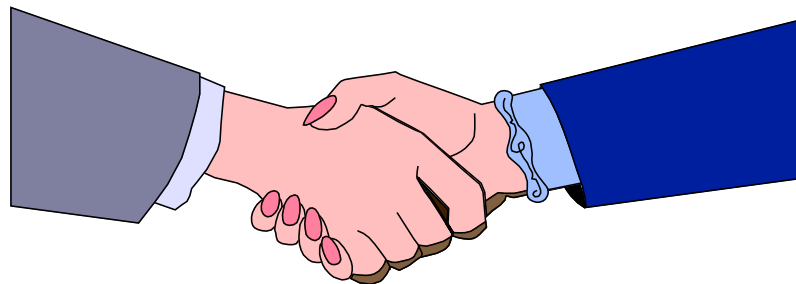
Introduction to Supply Chain Management

Sessi 2



Diskusikan

Tantangan apakah yang dihadapi
manajer dalam mengelola supply
chain???

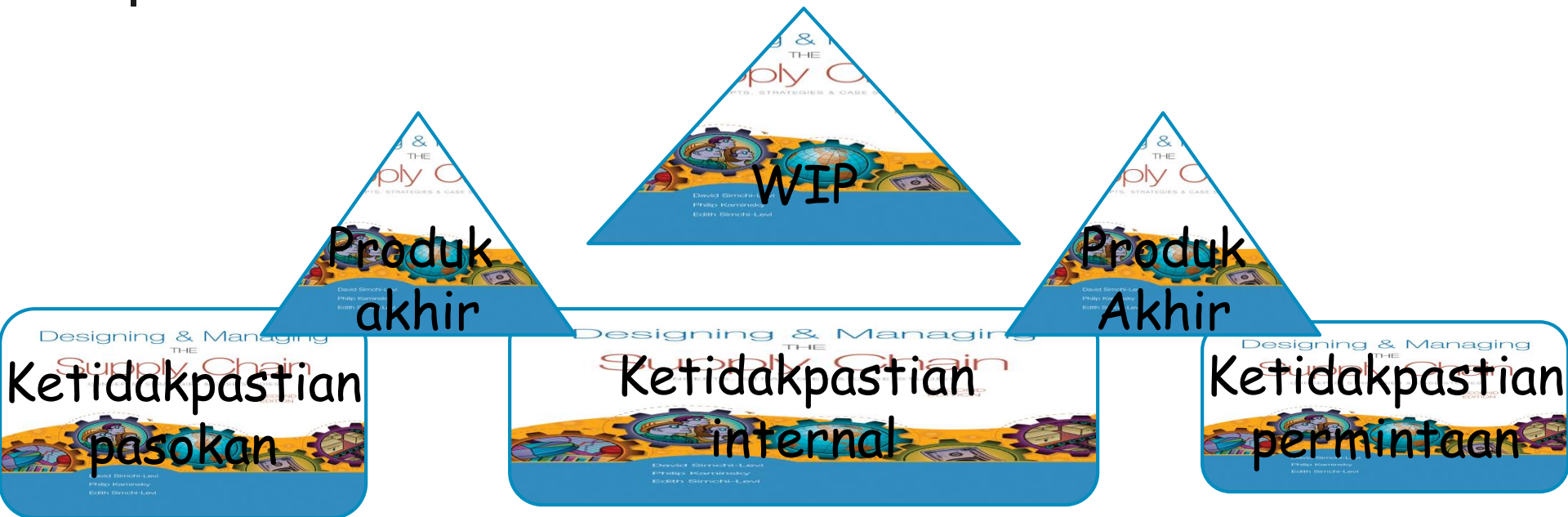




Dua tantangan besar pada pengelolaan supply chain

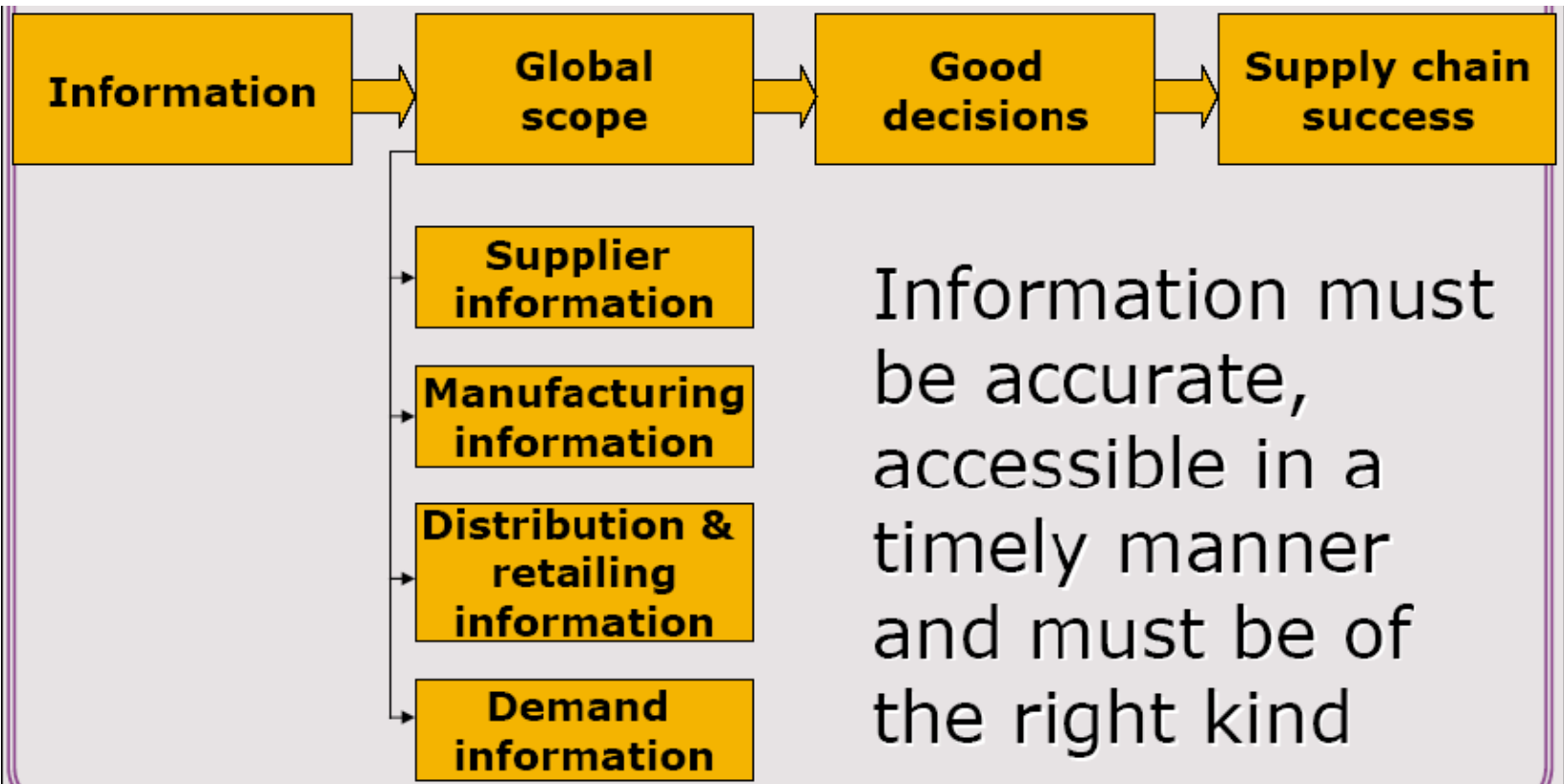
- Kompleksitas
 - Melibatkan banyak pihak dengan kepentingan yang berbeda-beda
 - Perbedaan bahasa, zona waktu, dan budaya antar perusahaan
- Ketidakpastian, bisa berasal dari
 - arah permintaan
 - arah supplier: lead time pengiriman, harga & kualitas, bahan baku, dll
 - internal perusahaan: kerusakan mesin, kinerja mesin yang tidak sempurna, ketidakpastian kualitas produksi, dll

Ketidakpastian SC





Bagaimana Peran Teknologi Internet ?



- 
-
- Kolaborasi
 - Koordinasi
 - Integrasi



- Pihak supply chain bisa membagi informasi & melakukan transaksi lebih cepat, murah, dan akurat

Aplikasi Internet dalam konteks SCM

- e-Procurement
- e-Fulfillment





e-Procurement

- Perusahaan otomotif seperti Volkswagen, GM, Daimler Chrysler, dsb → dalam proses pengadaan bahan baku, komponen, maupun item-item yang masuk dalam kelompok MRO (maintenance, repair, and operations) seperti suku cadang, peralatan tulis kantor, dsb.
- *e-Procurement* adalah proses pengadaan barang/jasa pemerintah yang pelaksanaannya dilakukan secara elektronik yang berbasis web/internet dengan memanfaatkan fasilitas teknologi komunikasi dan informasi yang meliputi pelelangan umum secara elektronik



Kelompok e-Procurement

Yang mendukung:

- Jangka pendek (transactional)

Ex: e-Auction yaitu aplikasi untuk mendukung kegiatan lelang yang dilakukan secara elektronik.

- Jangka panjang (partnership)

Pada model ini supplier & perusahaan pembeli bisa membagi informasi kapasitas dan rencana produksi, informasi tingkat persediaan, dll

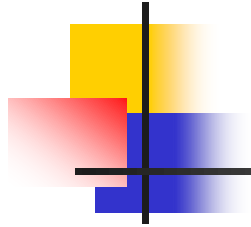


e-Fulfillment

Lebih pada bagian hilir SC.

Kegiatan:

- Menerima order dari pelanggan
- Mengelola transaksi
- Manajemen gudang meliputi pengendalian persediaan dan kegiatan admin gudang
- Manajemen transportasi
- Komunikasi dengan pelanggan untuk memberikan status pesanan, dukungan teknis, dsb
- Kegiatan reverse logistics berupa pengembalian produk ke bagian hulu SC



Studi kasus: Dell Computer